



ادویه‌های محتوا

۲۰ ادویه خوشمزه برای محتوای شما

یا

چگونه مقالات خوش‌خوان‌تری بنویسیم

نویسنده: رام‌ئیل شهباز

modiremohtava.ir

دوست عزیز

از این که این کتاب الکترونیک را دانلود کردید متشکریم



چنانچه فکر می کنید مطالب این کتاب الکترونیک می تواند برای
دوستان شما مفید باشد لطفاً آن را با آنها به اشتراک بگذارید



به اشتراک گذاشتن این کتاب بامخاطبانان در شبکه های
اجتماعی یا سایتتان، به شرطی که در محتوای آن تغییری
ندهید، آزاد است



ادویه‌های محتوایی

۲۰ ادویه خوشمزه برای محتوای شما

آرزوی هر مقاله‌نویس و تولیدکننده محتوایی این است که مخاطب، مقاله‌اش را تا آخر بخواند و از آن لذت ببرد. هدف اصلی شما از نوشتن یک مقاله یا پست وبلاگ هرچه باشد، تنها زمانی به هدف‌تان می‌رسید که خواننده کل مقاله را خوانده و با آن ارتباط برقرار کرده باشد. از طرف دیگر مدت تمرکز مردم کمتر و جلب‌توجه آن‌ها سخت‌تر شده است. به عبارت دیگر مردم روزبه‌روز کم‌حوصله‌تر می‌شوند و مایل‌اند هرچه زودتر به اصل مطلب برسند.

اما مسئله این است که شما نمی‌توانید همیشه متن‌های کوتاه تولید کنید. در زمینه‌های تخصصی و متون آموزشی، گاهی لازم است که مقاله تولید شده بلند باشد تا بتوان موضوع را به‌خوبی توضیح داد. از سوی دیگر مقالات بلند، هم برای سئو و هم از نظر استراتژی محتوا لازم‌اند. اینجاست که این پرسش مطرح می‌شود: چگونه می‌توانیم از سررفتن حوصله مخاطب جلوگیری کنیم؟ چه کار کنیم بازدیدکننده سایت مقاله‌ای را که این‌همه برای نوشتن آن زحمت کشیده‌ایم، بخواند و از آن لذت ببرد؟

اگر محتوای اصلی را به غذای ذهن و روح تشبیه کنیم، تکنیک‌های خواندنی‌تر کردن مقاله را می‌توانیم به ادویه‌هایی تشبیه کنیم که این غذا را خوشمزه و خواستنی می‌کنند. بیایید با هم بعضی از این ادویه‌های خوشمزه را بررسی کنیم:

ادویه‌های خوشمزه محتوا

ما می‌توانیم ادویه‌های محتوایی را به دو دسته تقسیم کنیم:
الف- ادویه‌های متنی: منظور روش‌هایی است که متن را خواندنی‌تر می‌کنند.
ب- ادویه‌های دیداری: منظور روش‌هایی است که متن را از نظر ظاهر زیباتر و واضح‌تر می‌سازند.

الف- ادویه‌های متنی

برای اینکه متنی که می‌نویسید یکنواخت و کسل‌کننده نباشد می‌توانید از این روش‌ها استفاده کنید:

۱- **استفاده از مثال:** این روش یکی از پرکاربردترین روش‌ها است. وقتی نکته‌ای را آموزش می‌دهید در صورت امکان با زدن مثالی مفهوم آن را روشن‌تر کنید یا کاربرد آن را نشان دهید. مثال می‌تواند یک مورد واقعی یا غیرواقعی (فرضی) باشد.

ادویه‌های محتوایی

۲- استفاده از استعاره: فرهنگ فارسی امروز استعاره را این‌طور تعریف کرده است: عمل یا فرآیند بکار بردن نامی بجای نام دیگر، به خاطر اشتراک در مشابَهت، مانند کمان و ابرو. به عبارت دیگر تشبیه پدیده‌ای به پدیده دیگر بر اساس وجه مشترکی که دارند. به عنوان مثال وقتی رسیدن به هدف را به رسیدن قطار به مقصد تشبیه می‌کنیم یا از ظهور یک فرصت جدید به صورت باز شدن در (باز شدن درهای جدید در روابط تجاری با فلان کشور) یاد می‌کنیم از استعاره استفاده کرده‌ایم. استفاده از استعاره می‌تواند متن را زیباتر، خوش‌خوان‌تر و مفهوم آن را روشن‌تر کند.

۳- استفاده از ضرب‌المثل: بکار بردن ضرب‌المثل‌ها می‌تواند مقاله شما را جذاب‌تر و در نتیجه اثرگذارتر کند. مثلاً وقتی می‌خواهید روی اتکا به خود و تکیه نکردن به کمک دیگران تأکید کنید می‌توانید از این ضرب‌المثل استفاده کنید:

کس نخارد پشت من جز ناخن انگشت من

یا برای بیان اهمیت تجربه می‌توان از این ضرب‌المثل استفاده کرد: **دود از کنده بلند می‌شود.**

۴- تجربیات شخصی: اگر در زمینه مقاله‌ای که می‌نویسید تجربه یا خاطره‌ای دارید حتماً آن را نقل کنید. بیان خاطرات و تجربیات شخصی شما علاوه بر اینکه نوعی روایتگری است متن را از حالت کلی خارج می‌کند و به آن حالت شخصی می‌دهد که در برقراری ارتباط با خواننده بسیار مؤثر است.

۵- نقل قول از افراد معتبر: نقل قول را می‌توان به شکل‌های مختلف بکار برد. می‌توانید در شروع مقاله، از یک فرد معروف، یک روزنامه یا کتاب یا هر منبع شناخته‌شده‌ای جمله‌ای را نقل کنید و سپس مطلبتان را ادامه دهید. می‌توانید مطلبی را نقل کنید و با آن مخالفت کنید یا از آن برای تأیید و اثبات گفته‌تان استفاده کنید. فقط به یاد داشته باشید در نقل قول این دو نکته مهم را رعایت کرده باشید:

الف- از مرجعی نقل کنید که برای خوانندگان شما **شناخته‌شده و معتبر** باشد.
ب- اگر منبع نقل قول شناخته‌شده و معروف نیست (اما معتبر است) حتماً آن را **معرفی** کنید.

۶- آمار و ارقام: از آمار می‌توانید برای اثبات مطلبتان یا دادن یک دید دقیق‌تر و روشن‌تر به خواننده استفاده کنید. ارائه آمار درست و موثق نه تنها مقاله شما را مستند و معتبر می‌سازد بلکه آن را جالب‌تر و خواندنی‌تر می‌کند.

ادویه‌های محتوایی

۷- خلاصه، نتیجه‌گیری: اگر مقاله شما طولانی است یا نکات زیادی در آن مطرح شده می‌توانید در انتهای مقاله خلاصه‌ای از مطلب یا کاربرد آن را بیاورید یا نکات آن را فهرست‌وار بنویسید. به این ترتیب خواننده می‌تواند هم قبل از مطالعه مقاله یک دید کلی از آنچه به او ارائه خواهد شد داشته باشد و هم بعد از خواندن آن خلاصه‌ای از آن را مرور کند.

۸- توضیح اسامی و اصطلاحات: گاهی لازم است در مورد یک موضوع تخصصی برای مخاطبین عام بنویسید (مثلاً در مورد تکنولوژی‌های جدید بکار رفته در آخرین مدل گوشی موبایل؛ یا سیستم ترمز خودروی جدید فلان شرکت). معمولاً در چنین مقالاتی استفاده از اصطلاحات فنی و حروف اختصاری اجتناب‌ناپذیر است. در این مواقع بهتر است این اصطلاحات و حروف اختصاری را به شکلی زیبا و طوری که مزاحمتی برای خواندن به وجود نیارد توضیح دهید. اگر توضیح کوتاه است می‌توانید آن را در پرانتز بیاورید، اما اگر توضیحات طولانی‌تر باشند شاید بهتر باشد آن‌ها را در یک کادر جداگانه و با استفاده از فونت متفاوت بنویسید یا در انتهای مقاله به صورت پانویس درج کنید.

۹- معرفی منبع مقاله: چنانچه مقاله‌ای را ترجمه کرده‌اید برای رعایت حقوق نویسنده بهتر است نام او را بنویسید و به صفحه مقاله لینک مستقیم بدهید. این کار علاوه بر اینکه به سئوی سایت کمک می‌کند اعتبار مقاله شما را بالا می‌برد.

۱۰- معرفی منابع دیگر: یکی از چیزهایی که خواندن یک مطلب را بسیار لذت‌بخش می‌کند معرفی منابع خوب و مفید است. بعضی سایت‌ها دارای مطالب مفید و جالب هستند. بعضی شامل ابزارهایی برای انجام بهتر و راحت‌تر کار هستند. بعضی دیگر پر از محتواهای جالب برای دانلود هستند. شما می‌توانید با معرفی چنین سایت‌هایی مخاطب خود را شگفت‌زده کنید.

۱۱- روایتگری (داستان‌گویی): داستان‌ها همیشه برای ما جذاب هستند و بهتر به یاد می‌مانند. منظور از روایتگری این است که بجای اینکه یک مطلب را به صورت خشک و بی‌روح بیان کنید آن را طوری بیان کنید که انگار دارید یک ماجرا را برای کسی تعریف می‌کنید. روایتگری مهارتی است که با آموختن اصول آن و با تمرین می‌توانید بر آن مسلط شوید. اما اگر در این زمینه مطالعه‌ای نداشته‌اید باز هم با کمی تلاش می‌توانید تا حدی از این روش استفاده کنید.

ادویه‌های محتوایی

۱۲- مقایسه: مقایسه کردن یکی از روش‌هایی است که به‌وضوح و درک مطلب کمک زیادی می‌کند. در مقایسه تشابهات و همچنین تفاوت‌ها آشکار و برجسته می‌شوند و در نتیجه خواننده می‌تواند دید واضح‌تری از موضوع به دست آورد. یکی از رایج‌ترین کاربردهای مقایسه، روش مقایسه قبل و بعد است. هدف این روش برجسته کردن و نشان دادن نتیجه استفاده از محصول یا خدمت است. (به‌عنوان مثال تصاویر قبل و بعد از جراحی‌های زیبایی یا کاشت مو) شما می‌توانید با مقایسه جنبه‌ها یا خصوصیات مختلف، موارد کاربرد یا مصداق، تعاریف یا برداشت‌های مختلف یا هر مورد دیگری، مطلب خود را خواندنی‌تر کنید.

۱۳- هشدار: هشدارها توجه خواننده را به اشتباهات و عواقب بد آن‌ها جلب می‌کنند و می‌توانند از دردسر و خسارت جلوگیری کنند، به همین دلیل بسیار ارزشمند هستند. اگر در زمینه‌ای مطلب تهیه می‌کنید که امکان دارد خواننده مرتکب اشتباهات زیانباری شود حتماً توجه او را به نکات لازم جلب کنید و هشدار لازم را بدهید.

۱۴- طنز: طنز مانند فلفل است. استفاده به‌اندازه از فلفل غذا را خوش‌طعم می‌کند اما وای به روزی که در مصرف آن زیاده‌روی کنید. گاهی بکار بردن لحن طنز می‌تواند بسیار مؤثر باشد. اما به یاد داشته باشید که طنز هم مانند فلفل یک شمشیر دو لبه است و اگر نابجا بکار گرفته شود می‌تواند اثر عکس داشته باشد. آیا مقاله شما یک مقاله علمی است یا بیان یکی از تجربیات خودتان؟ مخاطبان شما چگونه افرادی هستند؟ آیا به مناسبت خاصی این مطلب را تهیه می‌کنید؟ با کمی دقت و احتیاط می‌توانید از این ادویه خوشمزه به‌خوبی استفاده کنید.

۱۵- داستان کوتاه: استفاده از داستان‌های کوتاه (در حد چند جمله) هم مانند استفاده از ضرب‌المثل‌ها به مقاله شما شیرینی و جذابیت خاصی می‌دهد. خوشبختانه ادبیات ما پر از حکایات و داستان‌های کوتاه است. با کمی دقت و به حسن سلیقه می‌توانید به‌تدریج تعدادی از این داستان‌ها و حکایات را جمع‌آوری کنید و از آن‌ها در نوشته‌هایتان استفاده کنید.

ب- ادویه‌های دیداری:

اگر خود شما مدیر سایت هستید یا مدیر سایت مسئولیت درج مطلب در سایت را به شما داده می‌توانید از ادویه‌های زیر هم استفاده کنید:

۱- کادرها (جعبه‌ها) برای نکات و جملات مهم: از کادرها (جعبه‌ها) برای

ادویه‌های محتوایی

جدا کردن و برجسته کردن نکات مهم و ایده‌های اصلی مقاله استفاده کنید. این کارها علاوه بر اینکه صفحه را از یکنواختی درمی‌آورند و آن را زیبا می‌سازند برای تأکید بر یک یا چند جمله یا آوردن مطلبی مرتبط در کنار مطلب اصلی ایده آل هستند.

۲- نمودار، جدول: از انواع نمودارها و جداول برای دسته‌بندی و به تصویر کشیدن داده‌ها استفاده می‌شود. وقتی داده‌ها و اطلاعات مختلف را به صورت تصویری نشان می‌دهید خواننده رابطه بین آن‌ها را بهتر متوجه می‌شود. از سوی دیگر جداول و نمودارها به زیبایی صفحه کمک می‌کنند.

۳- تصویر: از قدیم گفته‌اند که یک تصویر معادل هزار کلمه است. پس سعی کنید از تصاویر مناسب استفاده کنید. در انتخاب تصویر دقت و وسواس به خرج دهید. در صورت امکان خودتان تصاویر موردنیاز را تولید کنید و از کپی کردن تصاویر پرهیزید.

۴- استفاده از Heading برای عناوین: کاربرد هدینگ‌ها (تگ‌های h۱...h۶) برای برجسته کردن عناوین اصلی و عناوین فرعی است. هر مقاله‌ای باید یک عنوان اصلی (H۱) و چند عنوان فرعی (h۲) داشته باشد. شما با استفاده از عناوین فرعی مطلبان را دسته‌بندی می‌کنید و ساختار آن را می‌سازید. پس با استفاده از این قابلیت عناوین مقاله را مشخص و برجسته کنید.

هشدار: هر صفحه سایت باید فقط یک عنوان اصلی (h۱) داشته باشد تا از نظر سئو دچار مشکل نشود. بعضی از قالب‌های سایت عنوان اصلی را تشخیص داده و آن را با تگ h۱ نمایش می‌دهند. پس قبل از اینکه خودتان هدینگ h۱ را برای عنوان اصلی تعیین کنید بررسی کنید آیا قالب سایت شما به عنوان، هدینگ اعمال می‌کند یا نه.

۵- برجسته‌سازی کلمات مهم: بولد و رنگی کردن کلمات مهم و عبارات اصلی یکی دیگر از روش‌های مؤثر در زیباتر کردن و خواناتر کردن متن است. متنی که کلمات مهم آن برجسته شده باشد تأثیر بیشتری دارد و درک آن هم راحت‌تر است و در نتیجه بیشتر به یاد می‌ماند. بعلاوه خواندن آن هم لذت‌بخش‌تر است. سعی کنید در تمام مقالات خود از این روش استفاده کنید.

موارد بالا بعضی از روش‌هایی است که با استفاده از آن‌ها می‌توانید محتواهای خود را بسیار جذاب‌تر و مؤثرتر تولید کنید. پس مثل یک آشپز ماهر که برای هر غذایی ادویه‌های مناسب آن را بکار می‌برد، شما هم هماهنگ با محتوای اصلی، از

ادویه‌های محتوایی

روش‌های مناسب استفاده کنید تا محتوایی خوشمزه به مخاطبان خود تقدیم کنید.

